

Link: <https://www.computerwoche.de/a/nicht-ohne-mein-crm,1930770>

**Studie: Welche Software brauchen Marketing-Entscheider?**

## Nicht ohne mein CRM

**Datum:** 02.03.2010  
**Autor(en):**Christa Manta

**80 Prozent der Marketing- und Vertriebsfachleute erachten Spezialsoftware als wichtig oder sehr wichtig für ihre Tätigkeit. Vor allem CRM-Lösungen und Content Management Systeme sind hier gefragt. Das haben die Marketing-Publikation absatzwirtschaft und das Marktforschungsinstitut Innofact AG in einer Studie herausgefunden.**

"Welche Software brauchen Sie?" Die Frage, ob sich Software-Lösungen auch für das Management von Marketing und Vertrieb eignen, haben 142 Marketer im Rahmen des von **absatzwirtschaft**<sup>1</sup> und **Innofact**<sup>2</sup> durchgeführten "**Deutsche-Marketing-Entscheider-Panel**" (**DMP**)<sup>3</sup> beantwortet.

[Hinweis auf Bildergalerie: **Stimmung und Budgets in Marketing und Vertrieb**] <sup>gal1</sup>

Dabei sprachen sich fast 70 Prozent der Befragten dafür aus, IT-Lösungen auf dem Gebiet des Customer Relationship Management (CRM) einzusetzen. Jeweils 48 Prozent brauchen Unterstützung durch Software beim Content Management, bei der Absatzplanung und bei der Marktforschung. 34 Prozent benannten den Bereich Web 2.0 und mit 33 Prozent fast ebenso viele das Webcontrolling. Ein Viertel der Befragten sprachen sich für Shop-Software aus oder für Lösungen im Bereich E-Commerce. Lediglich sechs Prozent wollen ganz auf Software verzichten, die sie bei ihrer Marketing- und Vertriebstätigkeit unterstützt.

### CRM hat hohen Stellenwert

Unter den Befragten, die Marketing- und Vertriebslösungen einsetzen, nutzen 20 Prozent die Software für das Kundenverwaltungsmanagement; 13 Prozent setzen sie ein, um Marktforschung zu betreiben, 12 Prozent um neue Kunden zu akquirieren und neun Prozent um den Vertrieb zu steuern und den Absatz zu planen.

### Viele Mittelständler nutzen veraltete CRM-Systeme

Trotz des hohen Stellenwerts, den CRM-Lösungen für sie haben, arbeiten viele Marketing- und Vertriebsentscheider noch mit veralteten Systemen. Zu diesem **Ergebnis**<sup>4</sup> kommt eine weitere Studie, die das Marktforschungshaus SoftSelect in Zusammenarbeit mit dem Software-Haus Actricity durchgeführt hat. Die Hälfte der im Rahmen des "CRM-Trend Report 2010" befragten Unternehmen arbeitet mit Software, die mindestens zehn, teilweise sogar zwischen 15 und 23 Jahre alt ist. Daher wollen 34 Prozent der von **SoftSelect**<sup>5</sup> befragten Unternehmen in den nächsten beiden Jahren in den Ausbau ihres ERP- bzw. CRM-Systems investieren.

### Links im Artikel:

<sup>1</sup> <http://www.absatzwirtschaft.de/Content/default.aspx>

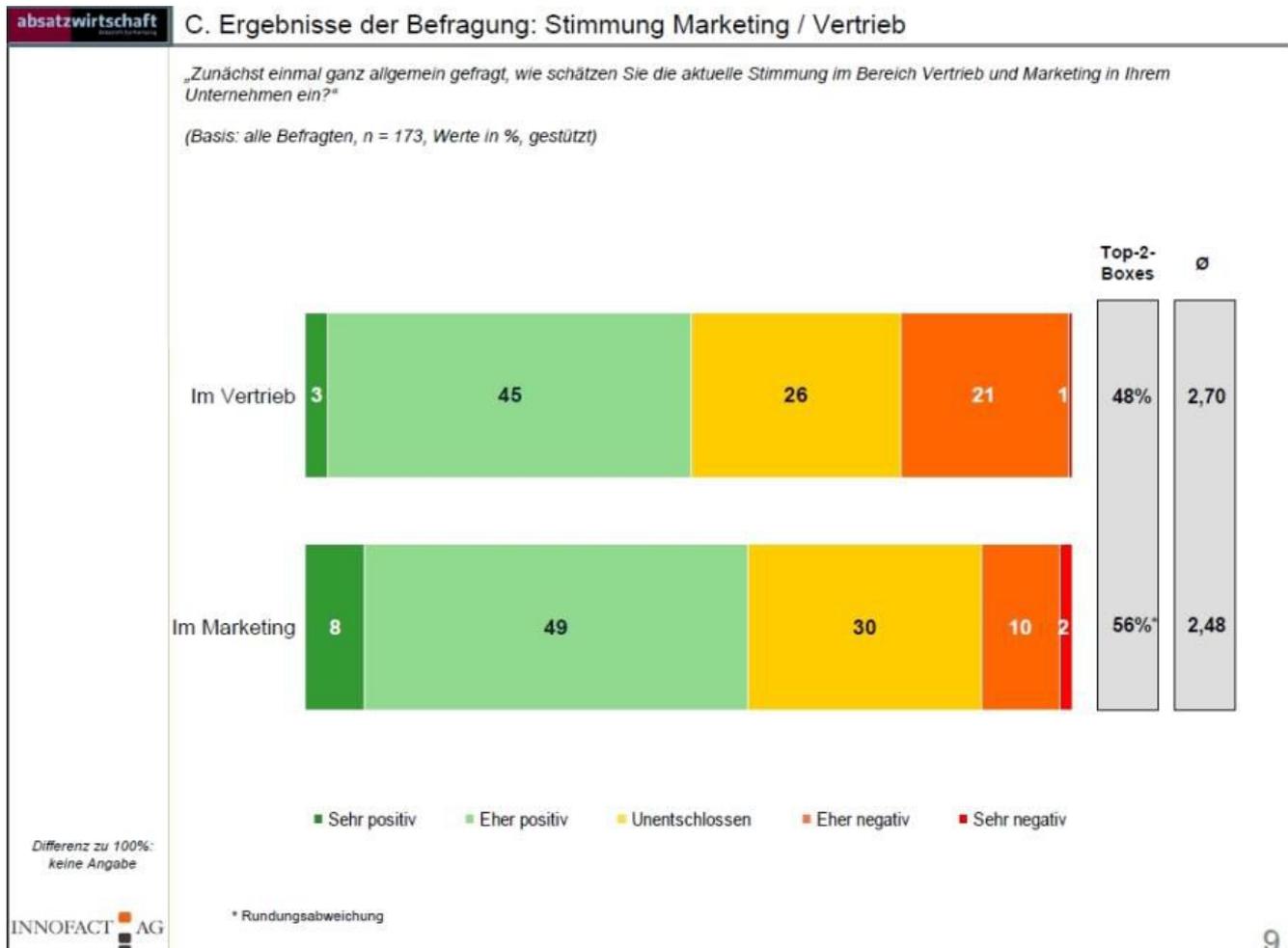
<sup>2</sup> <http://www.innofact.de/>

<sup>3</sup> [http://www.absatzwirtschaft.de/pdf/Planungsumfrage\\_2010.pdf](http://www.absatzwirtschaft.de/pdf/Planungsumfrage_2010.pdf)

<sup>4</sup> <https://www.computerwoche.de/software/crm/1929584/>

## Bildergalerien im Artikel:

### gal1 Stimmung und Budgets in Marketing und Vertrieb



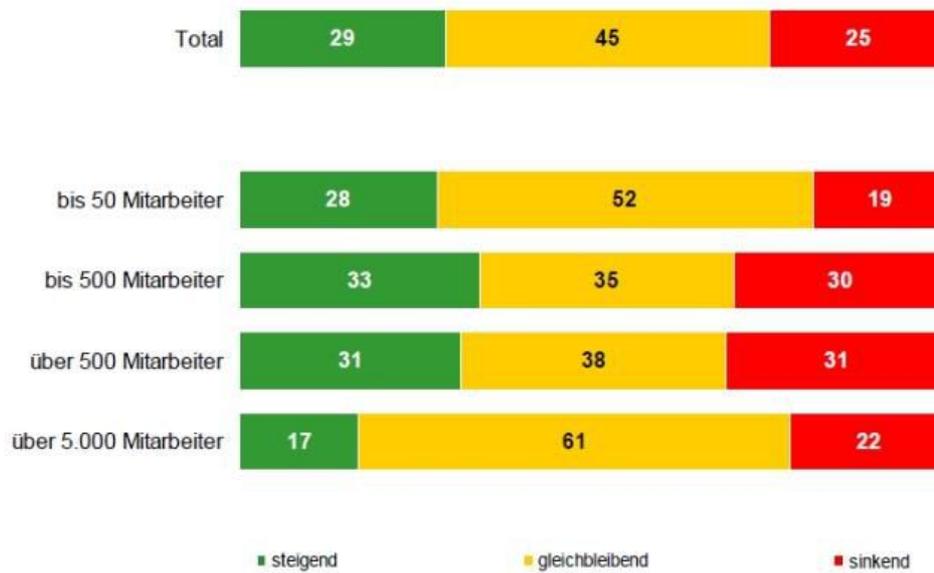
### Wie ist die Stimmung?

Die meisten Marketing- und Vertriebsentscheider schätzen die Stimmung in ihrem Bereich positiv bis sehr positiv ein.

Foto: Innofact AG

„Über die letzten Jahre betrachtet? Ist das Budget für Marketing und/oder Vertrieb tendenziell...?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

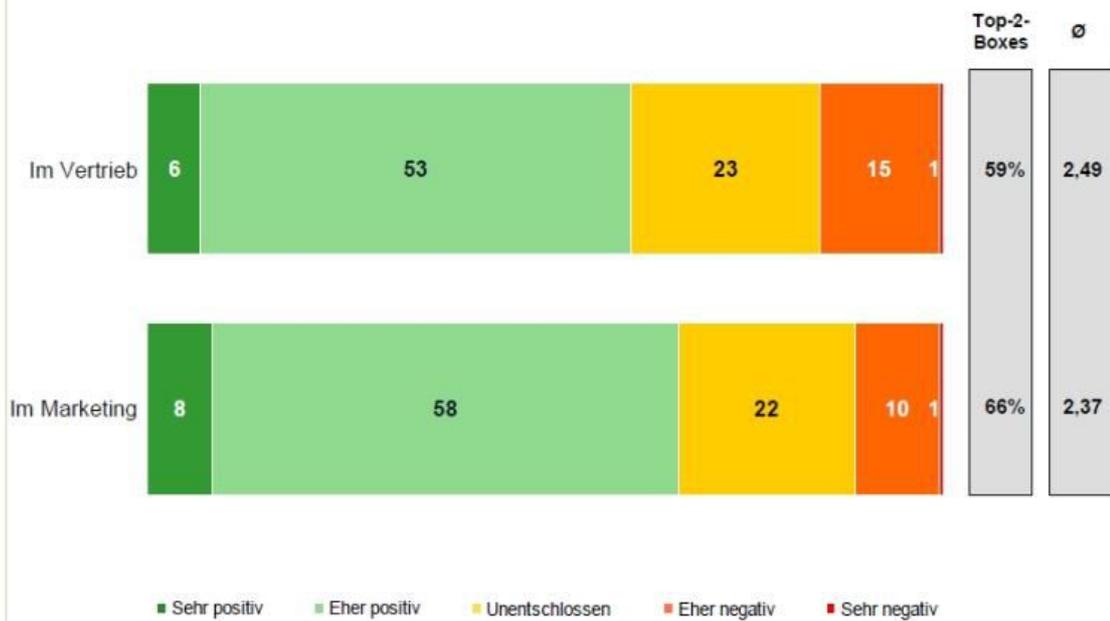
### Wie entwickelt sich das Budget?

Und die Mehrheit der Budgets für Marketing und Vertrieb bleiben tendenziell gleich oder steigen.

Foto: Innofact AG

„Ihre Prognose für 2010? Wie werden sich die Bereiche Vertrieb und Marketing Ihrer Einschätzung nach entwickeln?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

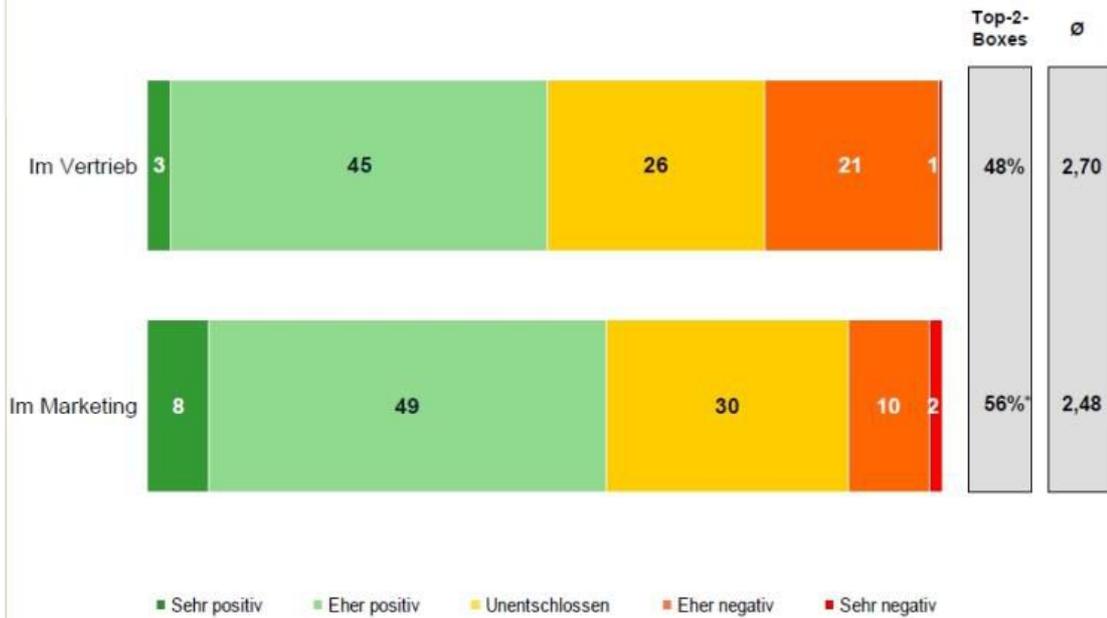
### Wie sind die Erwartungen?

Kein Wunder, dass die Marketer auch für das laufende Jahr eine eher positive bis sehr positive Entwicklung sehen.

Foto: Innofact AG

„Zunächst einmal ganz allgemein gefragt, wie schätzen Sie die aktuelle Stimmung im Bereich Vertrieb und Marketing in Ihrem Unternehmen ein?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

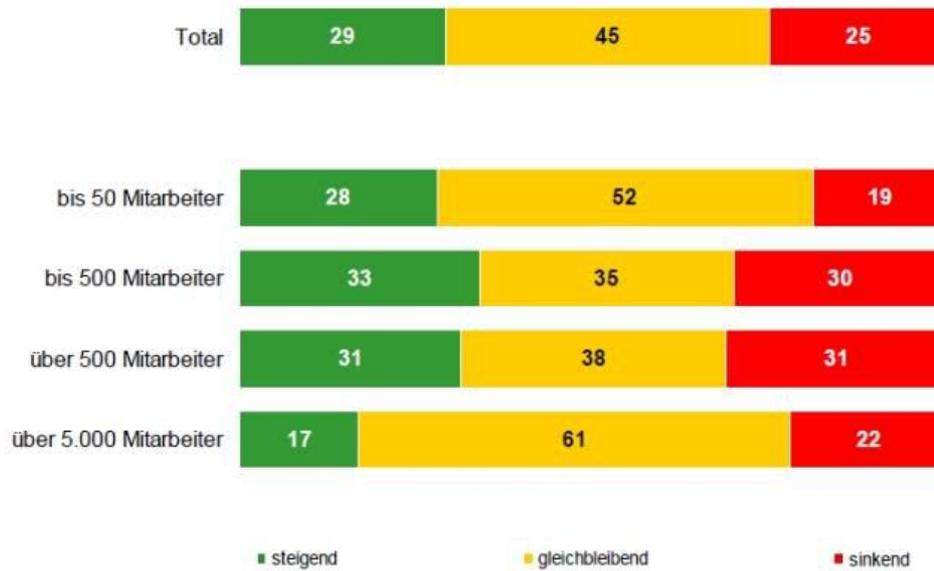
### Wie ist die Stimmung?

Die meisten Marketing- und Vertriebsentscheider schätzen die Stimmung in ihrem Bereich positiv bis sehr positiv ein.

Foto: Innofact AG

„Über die letzten Jahre betrachtet? Ist das Budget für Marketing und/oder Vertrieb tendenziell...?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

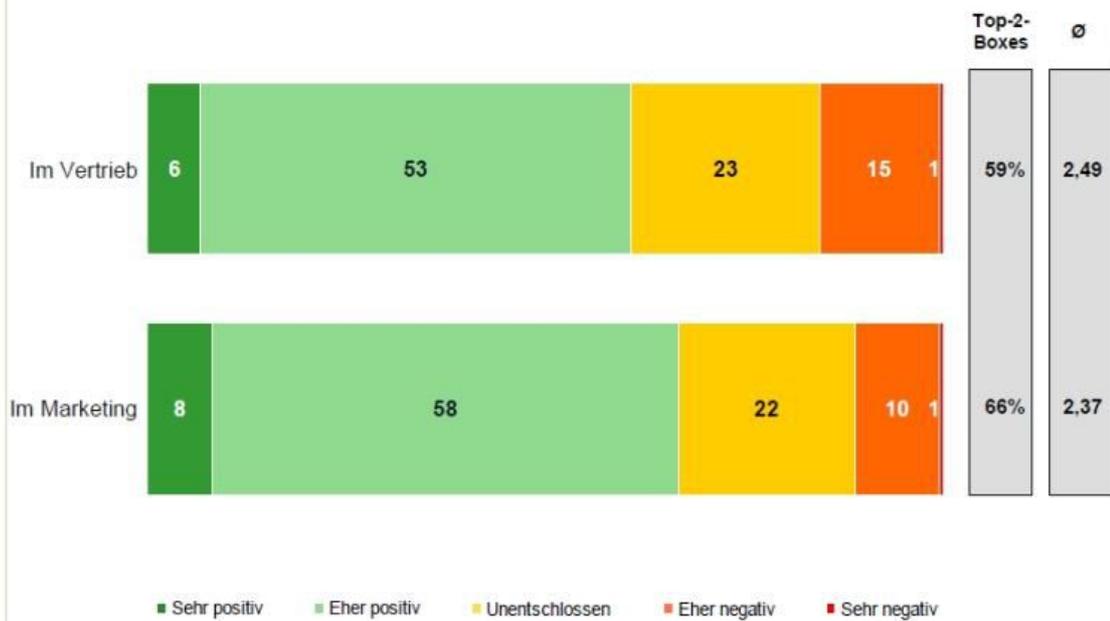
### Wie entwickelt sich das Budget?

Und die Mehrheit der Budgets für Marketing und Vertrieb bleiben tendenziell gleich oder steigen.

Foto: Innofact AG

„Ihre Prognose für 2010? Wie werden sich die Bereiche Vertrieb und Marketing Ihrer Einschätzung nach entwickeln?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

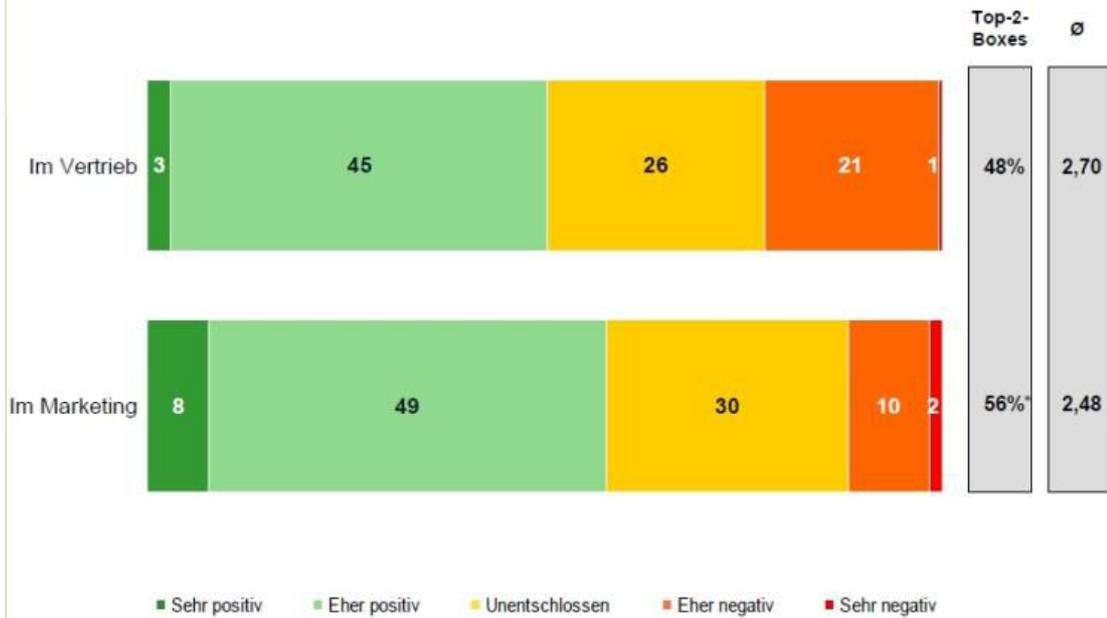
### Wie sind die Erwartungen?

Kein Wunder, dass die Marketer auch für das laufende Jahr eine eher positive bis sehr positive Entwicklung sehen.

Foto: Innofact AG

„Zunächst einmal ganz allgemein gefragt, wie schätzen Sie die aktuelle Stimmung im Bereich Vertrieb und Marketing in Ihrem Unternehmen ein?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

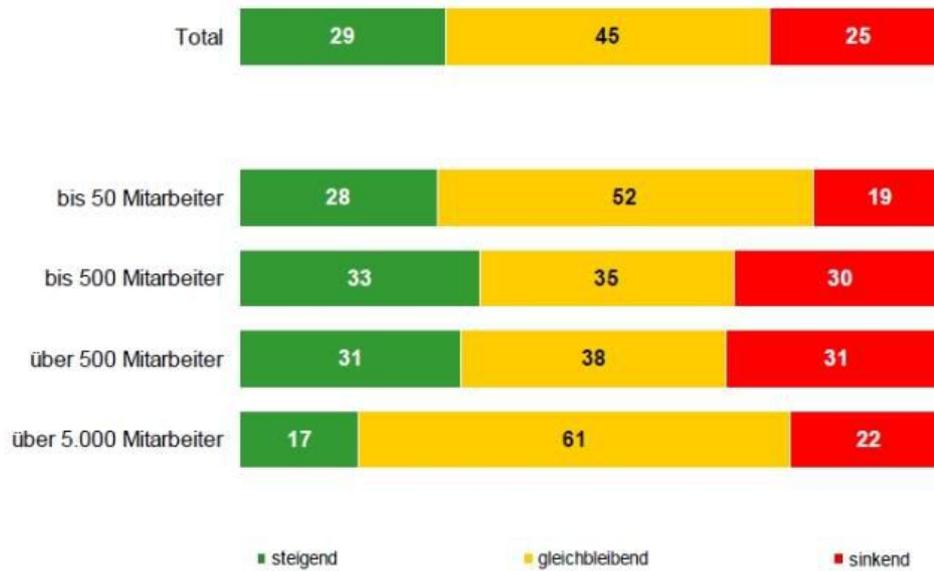
### Wie ist die Stimmung?

Die meisten Marketing- und Vertriebsentscheider schätzen die Stimmung in ihrem Bereich positiv bis sehr positiv ein.

Foto: Innofact AG

„Über die letzten Jahre betrachtet? Ist das Budget für Marketing und/oder Vertrieb tendenziell...?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

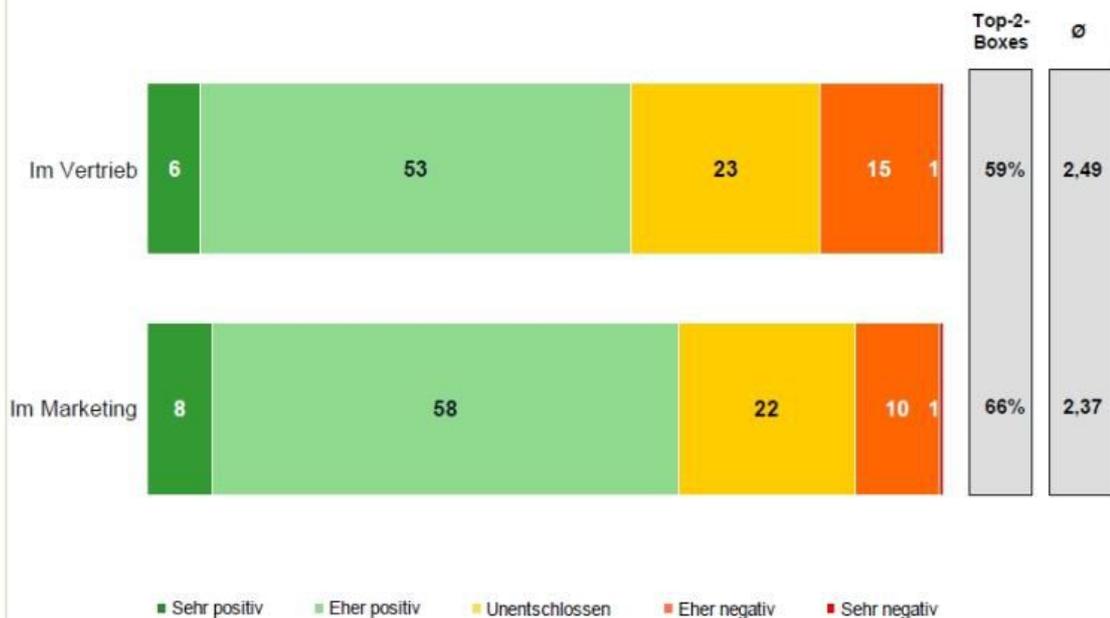
### Wie entwickelt sich das Budget?

Und die Mehrheit der Budgets für Marketing und Vertrieb bleiben tendenziell gleich oder steigen.

Foto: Innofact AG

„Ihre Prognose für 2010? Wie werden sich die Bereiche Vertrieb und Marketing Ihrer Einschätzung nach entwickeln?“

(Basis: alle Befragten, n = 173, Werte in %, gestützt)



Differenz zu 100%:  
keine Angabe

### Wie sind die Erwartungen?

Kein Wunder, dass die Marketer auch für das laufende Jahr eine eher positive bis sehr positive Entwicklung sehen.

Foto: Innofact AG